Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра менеджменту імені професора Л.І.Михайлової

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Менеджмент і маркетинг зеленого господарства

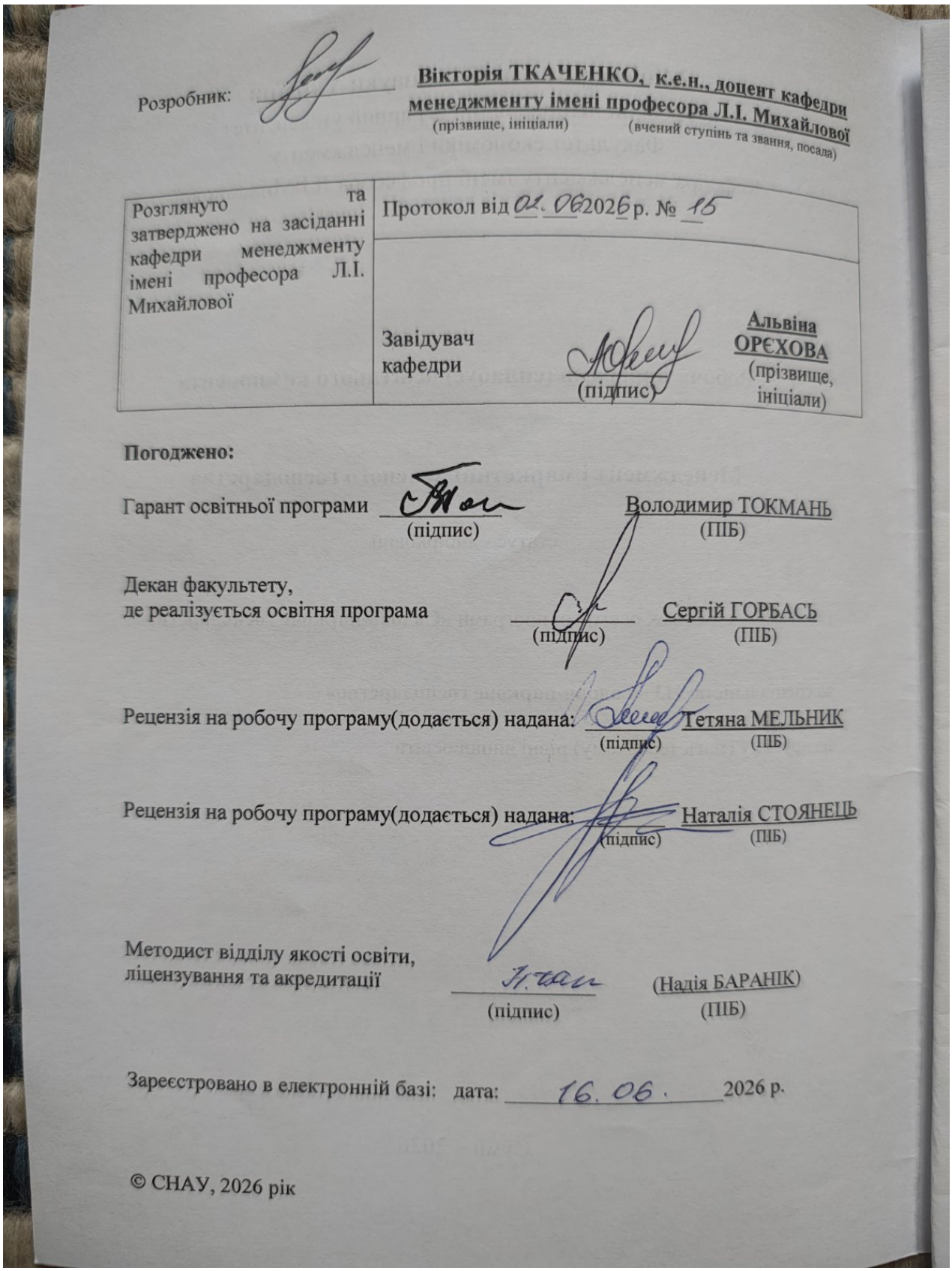
статус - вибірковий

Реалізується в межах освітньої програми **«Садово-паркове господарство»**

за спеціальністю **Н3 «Садово-паркове господарство»**

на другому (магістерському) рівні вищої освіти

Суми – 2026



Розробник: Вікторія ТКАЧЕНКО, к.е.н., доцент кафедри менеджменту імені професора Л.І. Михайлової
(прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту імені професора Л.І. Михайлової	Протокол від 02.06.2026 р. № 15
	Завідувач кафедри (підпис) Альвіна ОРЄХОВА (прізвище, ініціали)

Погоджено:

Гарант освітньої програми (підпис) Володимир ТОКМАНЬ (ПІБ)

Декан факультету, де реалізується освітня програма (підпис) Сергій ГОРБАСЬ (ПІБ)

Рецензія на робочу програму(додається) надана: (підпис) Тетяна МЕЛЬНИК (ПІБ)

Рецензія на робочу програму(додається) надана: (підпис) Наталія СТОЯНЕЦЬ (ПІБ)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації (підпис) (Надія БАРАНІК) (ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 16.06. 2026 р.

© СНАУ, 2026 рік

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми

		кафедри		

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

<table>
<tr><td>1.</td><td>Назва ОК</td><td colspan="8">Менеджмент і маркетинг зеленого господарства</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Факультет/кафедра</td><td colspan="8">Факультет економіки і менеджменту/ кафедра менеджменту імені професора Л.І. Михайлової</td></tr>
<tr><td>3.</td><td>Статус ОК</td><td colspan="8">Вибірковий</td></tr>
<tr><td>4.</td><td>Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для</td><td colspan="8">Освітньо-професійна програма «Садово-паркове господарство» за спеціальністю 206 «Садово-паркове господарство»</td></tr>
<tr><td>5.</td><td>ОК може бути запропонований для (заповнюється для вибіркових ОК)</td><td colspan="8"></td></tr>
<tr><td>6.</td><td>Рівень НРК</td><td colspan="8">Другий (магістерський) рівень вищої освіти</td></tr>
<tr><td>7.</td><td>Семестр та тривалість вивчення</td><td colspan="8">Денна 3 семестр, 18 тижнів</td></tr>
<tr><td>8.</td><td>Кількість кредитів ЄКТС</td><td colspan="8">5</td></tr>
<tr><td rowspan="3">9.</td><td rowspan="3">Загальний обсяг годин та їх розподіл</td><td colspan="6">Контактна робота(заняття)</td><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекційні</td><td colspan="2">Практичні /семінарські</td><td colspan="2">Лабораторні</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Денна 6</td><td>Заоч</td><td>Денна 8</td><td>Заоч.</td><td>Денна</td><td>Заоч.</td><td>Денна 136</td><td>Заоч.</td></tr>
<tr><td>10.</td><td>Мова навчання</td><td colspan="8">Державна (українська)</td></tr>
<tr><td>11.</td><td>Викладач/Координатор освітнього компонента</td><td colspan="8">Координатор – денна форма навчання – Ткаченко В.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту;
Години консультацій – кожного вівторка о 12.15, кабінет 303е</td></tr>
<tr><td>12.</td><td>Контактна інформація</td><td colspan="8">viktoriyatk@gmail.com</td></tr>
<tr><td>13.</td><td>Загальний опис освітнього компонента</td><td colspan="8">Дисципліна «Менеджмент і маркетинг зеленого господарства» є важливою складовою підготовки фахівців та займає суттєве місце в майбутній практичній діяльності. Важливість курсу визначається формуванням у студентів сучасного системного та ризикоорієнтованого мислення, набуття ними комплексу фундаментальних знань у сфері управління організацією, формування навичок щодо організації менеджменту та маркетингової діяльності на сучасних підприємствах зеленого господарства, здійснення ефективних маркетингових комунікацій. Освітній компонент спрямовано на засвоєння теоретичних та організаційних основ із менеджменту, розуміння сутності організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, поняття системи методів управління, зміст процесів та технології управління; формування у здобувачів розуміння теоретичних та методологічних основ маркетингу; системного підходу до менеджменту та маркетингової діяльності підприємств зеленого господарства; основних методів маркетингових досліджень; розробки комплексу маркетингу; організації та контролю маркетингової діяльності.</td></tr>
</table>

14.	Мета освітнього компонента	Формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі управління та адміністрування, формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; формування у майбутніх фахівців знань, навичок і умінь, що забезпечують реалізацію управлінської та маркетингової діяльності.
15.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	Особливі умови відсутні.
16.	Політика академічної доброчесності	Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, результатів навчання. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається нормативними документами Сумського національного аграрного університету, зокрема Кодексу академічної доброчесності, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в Сумському НАУ (повний перелік нормативних документів розміщений на сайті університету https://snau.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/akademichna-dobrochesnist/). За порушення академічної доброчесності здобувачі вищої освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності, а саме: − академічне шахрайство (користування телефоном при написанні письмових робіт) призведе до повторної здачі роботи; − списування - від першого попередження до анулювання роботи; − плагіат призведе до анулювання роботи
17.	Посилання на курс у системі Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=4327
18.	Ключові слова	сталий розвиток, екологічне управління, зелена економіка, природоохоронна діяльність, екологічна ефективність, управління земельними ресурсами, благоустрій територій, зелений бренд, екологічна упаковка, стале споживання, екологічна цінність товару, соціально відповідальна реклама.

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента здобувач очікувано буде здатен…»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК	Як оцінюється РНД
ДРН 1. Розуміти понятійний апарат, розуміти предметну область, використовуючи теоретичну базу та навчитися з успіхом використовувати її на практиці.		Поточне опитування
ДРН 2. Передбачати тенденції майбутніх змін, вчасно і адекватно реагувати на постійні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, максимально використовуючи сучасні методи управління.		Ситуаційні завдання, кейси
ДРН 3. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань, управляти організацією та її підрозділами.		Тест множинного вибору на платформі MOODLE
ДРН 4. Обирати та використовувати сучасний інструментарій маркетингу, формувати та презентувати обґрунтовані рішення.		Поточне опитування, кейси

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМОПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу						Рекомендована література
	Аудиторна робота				Самостійна робота		
	Лк		Пз / Сем				
	Денна	Заочн	Денна	Заочн	Денна	Заочн	
Тема 1. Поняття, сутність, принципи та види менеджменту План 1. Сутність менеджменту. 2. Менеджмент як наука, практика та мистецтво. 3. Наукові принципи менеджменту. 4. Види менеджменту в організації.	2	2			15		Основна: 1, 3, 5 Додаткова: 11, 15, 20
Тема 2. Функції та методи менеджменту План 1. Поняття і класифікація функцій менеджменту. 2. Зміст загальних (основних) функцій менеджменту. 3. Зміст конкретних (спеціальних) функцій. 4. Методи менеджменту.	2		2		15		Основна: 1, 3, 5 Додаткова: 11, 15, 20
Тема 3. Менеджер в організації План 1.Менеджмент як вид професійної діяльності.							Основна: 1, 3, 5 Додаткова: 11, 15, 20

2. Ознаки діяльності менеджера. 3. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, маркетинг.					15		
Тема 4. Інформація і комунікації у менеджменті План 1. Інформація, її види та роль в менеджменті. Носії інформації. 2. Поняття і характеристика комунікацій. 3. Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу.					15		Основна: 1, 3, 5 Додаткова: 11, 15, 20
Тема 5. Керівництво та лідерство. План 1. Поняття та загальна характеристика керівництва. 2. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. 3. Характеристика та класифікація стилів керування. 4. Теорії лідерства. Типологія лідерів.			2		15		Основна: 1, 3, 5 Додаткова: 11, 15, 20
Тема 6. Розробка та прийняття управлінських рішень План 1. Природа рішень у сфері менеджменту, вплив на процес прийняття рішень. 2. Технологія розробки та обґрунтування рішень. “Дерево Цілей”.			2		15		Основна: 1, 3, 5 Додаткова: 11, 15, 20
Тема 7. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті План 1. Соціальна відповідальність як складова стратегії управління та чинник підвищення конкурентоспроможності організації. 2. Моделі аналізу заінтересованих сторін. Організація діяльності з соціальної відповідальності.					15		Основна: 1, 3, 5 Додаткова: 11, 15, 20
Тема 8. Сутність маркетингу та його сучасна концепція План 1. Сутність маркетингу. 2. Походження та еволюція концепції маркетингу. 3. Основні поняття маркетингу.	2		2		15		Основна: 2, 4, 7 Додаткова: 11, 12, 13, 16, 18
Тема 9. Маркетингові дослідження План 1. Сутність та система							Основна: 2, 4, 7 Додаткова: 11, 12, 13, 16, 18

маркетингових досліджень 2. Маркетингова інформація 3. Навколишнє бізнес-середовище та мікро-середовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень					16		
Тема 10. Маркетингова політика комунікацій Комплекс маркетингових комунікацій План 1.Процес маркетингових комунікацій. Завдання маркетингових комунікацій. 2.Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг.					10		Основна: 2, 4, 7 Додаткова: 11, 12, 13, 16, 18
Всього	**6**		**8**		**136**		

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	**Методи викладання** (робота, що буде проведена викладачем під час аудиторних занять, консультацій)	**Кількість годин**	**Методи навчання** (які види навчальної діяльності має виконати студент самостійно)	**Кількість годин**
ДРН 1. Розуміти понятійний апарат, розуміти предметну область, використовуючи теоретичну базу та навчитися з успіхом використовувати їх на практиці.	Проблемна лекція, тематична дискусія, «круглий стіл», «мозкова атака». аналіз конкретних ситуацій, рішення ситуативних задач.	4	Робота з літературними джерелами, електронними ресурсами з елементами пошукової спрямованості, виконання індивідуальних завдань.	34
ДРН 2. Передбачати тенденції майбутніх змін, вчасно і адекватно реагувати на постійні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, максимально використовуючи сучасні методи управління.	Проблемна лекція, тематична дискусія, аналіз конкретних ситуацій (Case-study)	4	Робота з літературними джерелами, електронними ресурсами з елементами пошукової спрямованості, виконання індивідуальних завдань.	34
ДРН 3. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань, управляти організацією та її підрозділами.	Проблемна лекція, тематична дискусія, аналіз конкретних ситуацій (Case-study), завдання для роботи в команді.	4	Робота з літературними джерелами, електронними ресурсами з елементами пошукової спрямованості, виконання індивідуальних завдань.	34

ДРН 4. Обирати та використовувати сучасний інструментарій маркетингу, формувати та презентувати обґрунтовані рішення.	Візуалізована лекція, сценарний аналіз, ділова гра, «мозкова атака».	2	Робота з літературними джерелами, електронними ресурсами з елементами пошукової спрямованості, виконання індивідуальних завдань.	34
Всього		**14**		**136**

Під час лекцій та практичних занять будуть застосовані такі методи навчання:

Пояснення. Тлумачення понять, явищ, принципів, термінів тощо, переважно під часвикладання нового матеріалу.

Навчальна дискусія. Це обговорення важливого питання, обмін думками між здобувачами вищої освіти та/або викладачем, спрямовані не лише на засвоєння нових знань, а й на створення емоційно насиченої атмосфери, яка б сприяла глибокому проникненню в істину.

Ілюстрування. Застосування презентацій та іншого медіа-контенту для підкріплення матеріалу, який пояснюється, обговорюється або завдань, які виконуються.

Демонстрування. Показ викладачем навчальних матеріалів у динаміці (використання фахових програм, формул, ситуацій тощо).

Письмові та усні контрольні завдання. Самостійна концентрація та відтворення отриманих знань та навичок в умовах обмеженого часу та джерел інформації.

Демонстрація та обговорення презентацій. Наочний показ медіа-супроводу усного виступу з елементами дискусії.

Порівняння. За його допомогою встановлюють спільні і відмінні ознаки предметів і явищ.

Вправи. За своєю суттю вони є багаторазовим повторенням певних дій або видів діяльності з метою їх засвоєння, яке спирається на розуміння і супроводжується свідомим контролем і корегуванням. У навчальному процесі використовують такі види вправ: підготовчі (готують здобувачів вищої освіти до сприймання нових знань і способів їх застосування на практиці); вступні (сприяють засвоєнню нового матеріалу на основі розрізнення споріднених понять і дій); пробні (перші завдання на застосування щойно засвоєних знань); тренувальні (сприяють формуванню навичок у стандартних умовах: за зразком, інструкцією, завданням); творчі (за змістом і методикою виконання наближаються до реальних життєвих ситуацій); контрольні (переважно навчальні: письмові, графічні, практичні вправи).

Метод аналізу. Сутність його полягає у вивченні предметів чи явищ за окремими **ознаками і відношеннями, у поділі на елементи, осмисленні зв'язків між ними.**

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. Сумативне оцінювання

5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Поточне опитування, оцінка теоретичних знань	35 балів/20 %	Протягом 7 тижня
2.	Виконання ситуаційних завдань, кейсів	35 балів/20 %	Протягом 14 тижня
3.	Тест множинного вибору	15 балів /15 %	Протягом 9 тижня
4.	Підготовка презентації по заздалегідь обраній темі	15 балів /15 %	Протягом 15 тижня

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	**Незадовільно**	**Задовільно**	**Добре**	**Відмінно**
	<21 балів	21 – 25 балів	26 – 31 балів	32 – 35 балів
Поточне опитування, оцінка теоретичних знань, вирішення дискусійних питань	Менше 60 % правильних відповідей	60 % - 74 % правильних відповідей	75 % - 89 % правильних відповідей	90-100 % правильних відповідей
Виконання ситуаційних завдань, кейсів	<21 балів	21 – 25 балів	26 – 31 балів	32 – 35 балів
	Менше 60 % правильних відповідей	60 % - 74 % правильних відповідей	75 % - 89 % правильних відповідей	90-100 % правильних відповідей
Тест множинного вибору	<9 балів	9 – 10 балів	11- 13 балів	14 – 15 балів
	Менше 60 % правильних відповідей	60 % - 74 % правильних відповідей	75 % - 89 % правильних відповідей	90-100 % правильних відповідей
Підготовка презентації по заздалегідь обраній темі	<9 балів	9 – 10 балів	11- 13 балів	14 – 15 балів
	Вимоги щодо завдання не виконано	Тема розкрита не повністю, не витримана структура роботи або відсутні окремі її складові.	Виконано усі вимоги завдання, але тема розкрита недостатньо, зустрічаються граматичні та редакційні помилки	Виконану усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми

5.2.Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	***Елементи формативного оцінювання***	***Дата***
1.	Усне опитування після вивчення кожної теми	Щотижня
2.	Усний зворотній зв'язок від викладача на письмове опитування поточного контролю	Протягом 7 та 14 тижня
3.	Самооцінювання тесту множинного вибору	На 9 тижні
4.	Групове обговорення презентацій	На 15 тижні
5.	Моніторинг діяльності студента (оцінка викладача, самооцінка студента)	На 16 тижні

5.3.Шкала оцінювання (підсумкова) – загальноприйнята для університету:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою (для екзамену)
90 – 100	**A**	відмінно
82-89	**B**	добре
75-81	**C**	
69-74	**D**	задовільно
60-68	**E**	
35-59	**FX**	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	**F**	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1. Підручники, посібники

1. Борисенко О.С., Шевченко А.В., Фісун Ю.В., Крапко О.М. Маркетинговий менеджмент : навч.посіб. Київ : НАУ, 2022. 204 с.

2. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу : навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 100 с.

3. Краус К.М., Краус Н.М., Радзіховська Ю.М. Менеджмент і маркетинг : посібник. Київ : Аграр Медіа Груп, 2022. 241 с.

4. Іванечко Н.Р. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

5. Остапчук Т.П. Менеджмент : підручн. Житомир : Вид-во «Рута», 2021. 856 с.

6. Рябоволик, І. О. Андрощук, А. О. Доренська. Менеджмент. Маркетинг. Підприємництво : навч. посіб. Кропивницький : ЦНТУ, 2024. 208 с.

7. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент : підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 258 с.

6.1.2. Методичне забезпечення

8. Навчально-методичні матеріали на основі платформи Moodle. URL: https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=4327

9. Драбчук Т.І. Менеджмент і маркетинг зеленого господарства: Робочий зошит з дисципліни для студентів 6 курсу спеціальності 8.09010303 «Садово-паркове господарство». Суми: СНАУ, 2015. 108 с.

10. Драбчук Т.І. Менеджмент і маркетинг зеленого господарства: Конспект лекцій з дисципліни для студентів 6 курсу спеціальності 8.09010303 «Садово-паркове господарство» денної форми навчання. Суми: СНАУ, 2015. 108 с.

11. Ткаченко В.В. Менеджмент і маркетинг зеленого господарства. Методичні вказівки щодо виконання самостійної роботи для студентів спеціальності 206 «Садово-паркове господарство», денної та заочної форми навчання, ОС «Магістр». Суми: СНАУ, 2021, 50 с.

6.1.3.Інші джерела

12. Асоціація маркетингу в Україні. URL: http://www.uam.in.ua

13. Інформаційний сайт з маркетингової практики. URL: http://www.management.com.ua

14. Інтернет-портал для управлінців Management.com.ua. URL: http://www.management.com.ua/about.php

6.2 Додаткові джерела

15. Багорка М. О., Кадирус І. Г. Стратегічне планування маркетингової діяльності аграрних підприємств. *Причорноморські економічні студії.* 2022. № 75. С. 52–57.

16. Багорка М. О., Юрченко В. В. Концептуальні основи розвитку менеджменту маркетингової діяльності аграрних підприємств. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 52. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-52-65.

17. Коваль О. В. Концепція формування маркетингової стратегії аграрних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-39-81

18. Мазур К. В., Гонтарук Я. В. Удосконалення механізму аналізу та планування маркетингової діяльності підприємств АПК в сфері зовнішньоекономічної діяльності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка.* 2022. Вип. 13. С. 95–102.

19. Прокопенко К. Г. Аналіз управління маркетингом аграрних підприємств та його вплив на рентабельність діяльності. *Підприємництво і торгівля*. 2021. № 31. С. 39–44.

6.3 Програмне забезпечення

20. Програмне забезпечення Zoom - платформа для організації відеоконференцій.
21. Програмне забезпечення системи дистанційного навчання Moodle.
22. Інтернет-сервіс онлайн тестуванні та створення вікторин Quizizz.com
23. Онлайн-дошка Padlet.com

Рецензія на робочу програму (силабус)

ОК Менеджмент і маркетинг зеленого господарства,

Розроблену викладачем кафедри менеджменту Ткаченко В.В.

Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента гарантом або членом проєктної групи	**Так**	**Ні**	**Коментар**
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають НРК			
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають передбаченим ПРН (для обов'язкових ОК)			
Результати навчання за освітнім компонентом дають можливість виміряти та оцінити рівень їх досягнення			

Член проектної групи ОП _____ _____ _____

(назва) (ПІБ) (підпис)

Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента викладачем відповідної кафедри	**Так**	**Ні**	**Коментар**
Загальна інформація про освітній компонент є достатньою			
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають НРК			
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) дають можливість виміряти та оцінити рівень їх досягнення			
Результати навчання (ДРН) стосуються компетентностей студентів, а не змісту дисципліни (містять знання, уміння, навички, а не теми навчальної програми дисципліни)			
Зміст ОК сформовано відповідно до структурно-логічної схеми			
Навчальна активність (методи викладання та навчання) дає змогу студентам досягти очікуваних результатів навчання (ДРН)			
Освітній компонент передбачає навчання через дослідження, що є доцільним та достатнім для відповідного рівня вищої освіти			
Стратегія оцінювання в межах освітнього компонента відповідає політиці Університету/факультету			
Передбачені методи оцінювання дозволяють оцінити ступінь досягнення результатів навчання за освітнім компонентом			
Навантаження студентів є адекватним обсягу освітнього компонента			
Рекомендовані навчальні ресурси є достатніми для досягнення результатів навчання (ДРН)			
Література є актуальною			
Перелік навчальних ресурсів містить необхідні для досягнення ДРН програмні продукти			

Рецензент (викладач кафедри) менеджменту доцент _____ _____

(назва) (посада, ПІБ) (підпис)